

Anexo III. Modelo de programación de proba libre de módulos profesionais

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
15005250	IES RAMÓN MENÉNDEZ PIDAL	A CORUÑA	SETEMBRO 2015

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
	COMERCIO E MARKETING	CS06	COMERCIO E MARKETING	Superior	Proba libre

Módulo profesional

Código MP	Nome	Horas
	PROXECTO INTEGRADO	107

Profesorado responsable

Mª JOSÉ DÍAZ DE FREIJO SAAVEDRA

2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1 Primeira parte da proba

2.1.a Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
Analiza-la organización e situación económica dunha empresa.
Planificar e realiza-la investigación comercial.
Xestiona-las operacións de compravenda de produtos ou servizos.
Xestiona-lo proceso de loxística comercia
Elabora-lo informe final do proxecto

2.1.b Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
1.1 Aprecíouse a situación socio-económica da empresa/produto
1.2 Analizouse o contorno
2.1 Determinouse o obxectivo da investigación.
2.2 Definíronse os tipos de deseño de investigación
2.3 Identificáronse as fontes de información
2.4 Planificouse o tempo, medios e custo
2.5 Procesouse a información.
2.6 Organizouse a presentación da información obtida.
3.1 Valorouse a información encol do produto ou servizo para a elaboración das políticas de marketing.
3.2 Definíronse as políticas de: Produto, prezo, distribución e comunicación.
4.1 Distribuíuse a superficie do punto de venda.
4.2 Determináronse as seccións e a súa localización
4.3 Elexiuse o mobiliario.
4.4 Estableceuse o lineal mínimo
4.5 Planificouse a ambientación do punto de venda.
4.6 Planificouse e organizouse a montaxe do escaparate.
5.1 Seleccionáronse os provedores
5.2 Seleccionáronse as ofertas.
5.3 Elaborouse o plan de acción na venda.
6.1 Elaborouse e organización do plan de acción na venda.
6.2 Elaborouse o plano de negociación da compra.
6.5 Elaborouse e organizouse o plan de acción na venda.
7.1 Organizouse o espazo físico do almacén
7.2 Organizouse o procedemento de distribución, manipulación e movemento do produto no almacén.
7.3 Elaborouse o sistema de control da documentación de distribución do produto.
7.4 Controláronse e valoráronse as existencias
7.5 Organizouse a recepción, preparación e envío dos pedidos, cubrindo a documentación correspondente.
7.6 Deseñouse o etiquetado da embalaxe.
7.7 Codificouse o produto

2.2 Segunda parte da proba

2.2.a Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
Elabora-la información de base para o establecemento das políticas de marketing
Planificar e dirixi-las actuacións de merchandising.

2.2.b Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
3.1 Valorouse a información encol do produto ou servizo para a elaboración das políticas de marketing
3.2 Definíronse as políticas de: Produto, prezo, distribución e comunicación.
4.1 Distribuíuse a superficie do punto de venda.
4.2 Determináronse as seccións e a súa localización
4.3 Elexiuse o mobiliario.
4.4 Estableceuse o lineal mínimo.
4.5 Planificouse a ambientación do punto de venda.
4.6 Planificouse e organizouse a montaxe do escaparate.

3. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Na primeira parte da proba que terá carácter eliminatorio (proba escrita relacionada cos coñecementos teóricos) será necesario acadar 5 puntos para superala.

Na segunda parte da proba (resolución de exercicios co seu desenvolvemento e obtención do resultado), requirírase acadar 5 puntos, nos exercicios relacionados cos seguintes temas: Índices da valoración cuantitativa do escaparate. Deseño dun plan de comunicación. Exercicios sobre a implantación dos produtos no lineal e a súa rentabilidade. Exercicios sobre calculo do índice

do lineal, índice de rotación, Rentabilidade lo lineal. Rentabilidade comparada. Coeficiente de rentabilidade. Índice de circulación, índice de atracción, índice de compra.

Determina-lo punto de equilibrio como ferramenta da fixación de prezos.

4. Características da proba e instrumentos necesarios para o seu desenvolvemento

4.1 Primeira parte da proba

A proba consistirá na resolución de 10 preguntas tipo test.

Instrumentos necesarios: bolígrafo e calculadora.

4.2 Segunda parte da proba

Realización de cinco actividades sobre:

Índices da valoración cuantitativa do escaparate.

Deseño dun plan de comunicación.

Exercicios sobre a implantación dos produtos no lineal e a súa rentabilidade. Exercicios sobre calculo do índice do lineal, índice de rotación, Rentabilidade lo lineal. Rentabilidade comparada. Coeficiente de rentabilidadae. Índice de circulación, índice de atracción, índice de compra.

Determina-lo punto de equilibrio como ferramenta da fixación de prezos.

Ratios de control e eficacia das accións promocionais.

Programacións de accións de RR.PP.

Planificación das promocións.

Instrumentos necesarios: bolígrafo e calculadora.